ISSUE
10

a.i
alimama insight

FINGER ON THE PULSE

潮流涌动下的追潮众生与消费洞察

To make it easy
to do marketing anywhere.

alimama

VISIT…

LANZAROTE Caliente.COM

扫码免费领取资料

房中术(www.zuihaoziyuan.com)专注于男性增大增粗增长、阳痿、早泄、壮阳、延时、强肾、回春、健身。女性缩阴、丰胸、减肥、化妆、瑜伽、保养、产后修复、盆底肌锻炼。两性健康,夫妻按摩,房中术,性姿势,性技巧,性知识等

更多免费教程：英语学习，技能提升，PS 教学，投资赚钱，音乐教程，口才教学，情商提升，风水教学，心理学，摄影知识，幼儿学习，书法学习，记忆力提升等等......

扫码加微信lax988988领取资料

==

全站课程下载

课程不断增加

本站现资源容量已超 10T

入群联系 QQ：167520299 或添加微信：1131084518（备注PDF）

阳痿早泄训练
皇室洗髓功视频教学
女人驻颜术
泡妞约炮万元课程
足疗养 SPA 教材
玉蛋功
马氏回春功
房中术张丰川
哲龙全套视频
增大盼你增大
国际男优训练
亚当德永早泄训练
洗髓功真人内部
皇室养生绝学道家洗髓功
【铁牛人会员课】男人必备技能，理论讲解
实战高清视频
随意控制射精锻炼 视频+图片+文字
价值 1440 元第一性学名著<素女经房中养生
宝典视频>12 部
洗髓功修炼方法视频教学
陈见玉蛋功视频教学 女性缩阴锻炼
男性自然增大增长指南
强性健肾保健操 1-4
道家强肾系统锻炼功法
马氏回春功
12 堂课，全面掌握男性健康问题 让你重燃自信
联系微信：1131084518

1、东方性经
2、印度 17 式
3、口交技巧 3 部
4、港台性姿势 3 部
5、365 性姿势 6 部
6、泰国性爱密经 17 式
7、花花公子性技巧 6 部
8、阁楼艳星性技巧 7 部
9、古今鸳鸯秘谱全集 7 部
10、夫妻爱侣情趣瑜伽 2 部
11、古代宫廷性保健系列 14 部
12、汉唐宋元明清春宫图真人
13. 柔软性爱宝典 日本 9800 课
14. 李熙墨 3999 全套课
15. 妖精性爱课 2888
16. 李银河全套性课
17. 领统统性课
18. 德勇男性篇
19. 德勇男性篇
20. 缓慢性爱
21. 亚当多体位搭配篇
22. 亚当多体位结合篇
23. 德勇克服早泄讲座练习
24. 德勇以女性为中心得爱抚
25. 加藤鹰接吻爱抚舌技
26. 加藤鹰指技
27. 加藤鹰四十八手入门
28. 佐藤潮吹教学
29. 佐藤男人体能锻炼+保健品介绍
30. 佐藤男人早泄对抗训练
31. 阿拉伯延时训练
32. 田渊正浩秘籍
33. 异性性快感集中训练教学
34. 自我愉悦锻炼密宗
35. 铁牛全套延时训练课
36. Pc 机锻炼真人视频教学
37. 印度性经全集 8 部
38. 21 世纪性爱指南
39. 香蕉大叔男女训练馆全套
40. 中美真人性治疗教学+理论
41. 女性闺房秘术
42. 幸福玛利亚性课
43. 陈见如何释放性魅力征服
44. 性爱技巧讲座全套
45. 性爱秘籍全套
46. 性爱误区讲座
47. 性病讲解大全
48. 性博士讲座合集
49. 性健康和性高潮合集
50. 性教育讲座合集
51. 性能力课堂合集
52. 性生活问题解析合集
53. 意外怀孕和避孕处理课堂
54. 性感地带探索
55. 性技巧讲座
56. 性健康与性卫生讲座
57. 性生活专家答疑
58. 性心理与性道德合集
59. 性爱宝典合集
60. 性爱技巧合集
61. 完美性爱演示
62. 完美性爱技术讲解
更多精品等你来解锁哦............

制作团队

alimama insight　issue 10

出品人：alimama insight lab

作为 alimama insight 的出品方，alimama insight lab 由阿里妈妈营销研究中心、市场公关部和营销创意中心联合成立。我们依托阿里巴巴生态大数据，基于阿里妈妈独有的研究模型和专业经验，输出击中品牌商家和行业营销痛点的趋势洞察报告。当然，这里也会诞生鲜活的品牌营销案例、前沿的CMO洞见和消费市场的最新风向等，就像是一本可读的商业财经杂志。

有观点、有态度、有思辨，也更有趣、更有用，是 alimama insight lab 的目标；以洞察预测未来，以“a.i”驱动增长，是我们最终希望赋能品牌商家的期许。

ISSUE 10

序·言

近年来，伴随消费者对潮牌服饰、潮流文化的接受度不断提高，潮流消费市场围绕服饰为中心逐步拓圈。从爆款潮流单品-流行潮牌-跨界联乘，市场幻化成更多样化的形态，而年轻世代更成为这其中不可忽视的逐潮圈层。

谁在追潮，谁在看潮？当我们提及潮流时我们究竟在讨论什么？基于以上话题，阿里妈妈发布**alimama insight**《潮流涌起下的追潮众生与消费洞察》报告，从潮流消费圈层、消费场景、需求以及营销打法等视角出发，帮助品牌提供更全面的潮流市场击穿策略。

PART 1

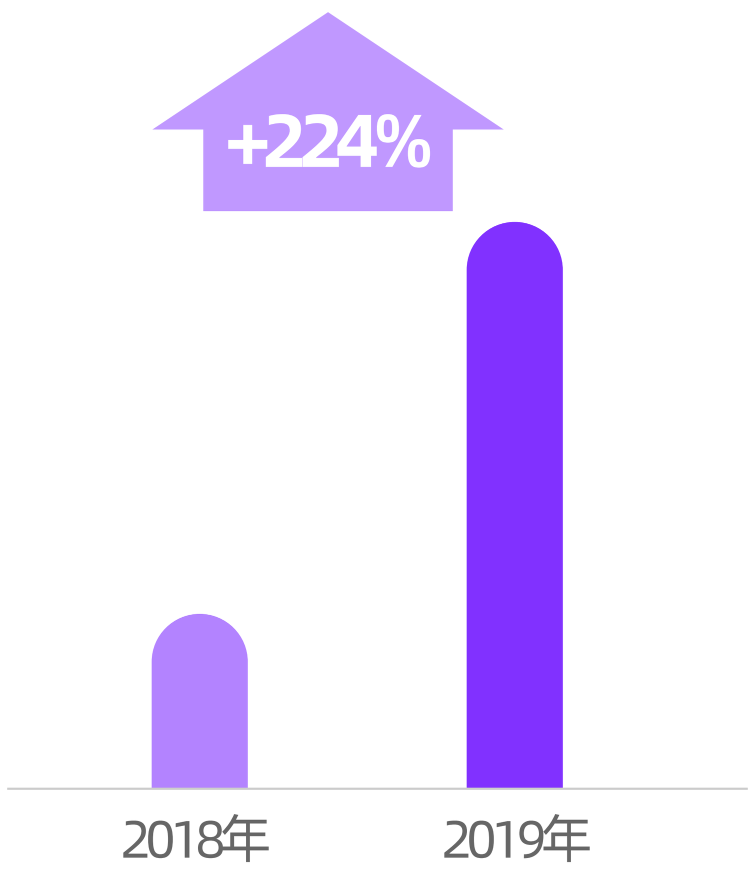
沸腾中的潮流消费市场

潮流消费潜力巨大，我们面对的市场究竟展现哪些样貌？背后的增长动力与机会又是什么？

潮流消费人群规模增长超千万，消费粘性、购买力均有提升

近年来，伴随潮流品牌、潮流文化的衍生发展，潮流消费市场不断成长。2019 年，淘系潮流消费人群规模较 2018 年增长超千万，并且从人群消费潮流货品的件数以及件单价上也均有不同程度加深，整体体现出更高的消费粘性和购买力。

潮流消费市场近两年GMV体量及增速



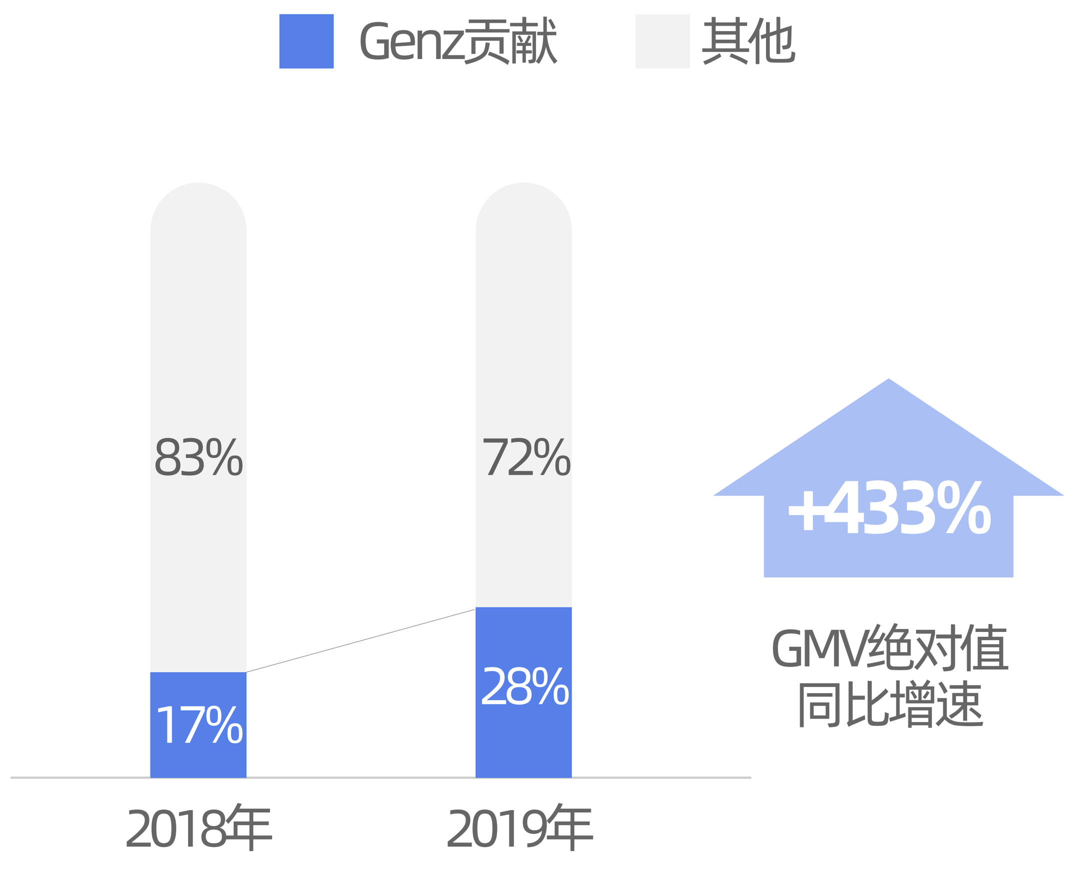
潮流消费市场增长动因拆解

数据说明：根据阿里生态内潮流货品标签（以服饰为主）筛选特定商品集作为研究对象

“翻滚的后浪”-GenZ消费增速为大盘两倍，成推动潮流市场主要驱动力

而在市场蓬勃向好的背后，Z 世代更成为其中的主要驱动力。从消费贡献上看，Z 世代已占据近 30% 的消费份额，且消费增速超过 400%，几乎为整体市场的两倍，是品牌不可错过的追潮新势力。

潮流消费市场中GenZ GMV贡献%



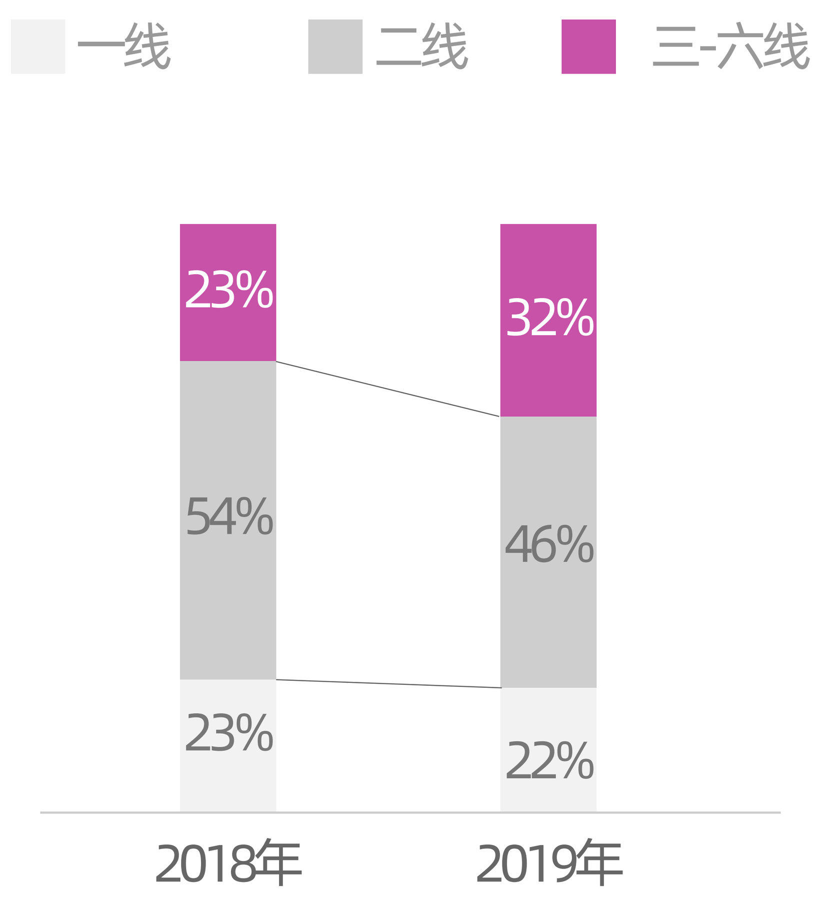
GenZ潮流消费市场增长动因拆解

数据说明：根据阿里生态内潮流货品标签（以服饰为主）筛选特定商品集作为研究对象

“进击的小城”-三-六线市场蕴藏巨大追潮潜质

谁说小城不追潮，阿里妈妈数据显示，三-六线城市的潮流消费增速大幅领先于一、二线都市，下沉市场同样蕴藏着巨大的追潮潜质。

潮流消费市场分城市级别GMV贡献%



分城市级别GMV同比增速

数据说明：根据阿里生态内潮流货品标签（以服饰为主）筛选特定商品集作为研究对象

“小众潮流爆发”-潮流文化由主流类目不断外拓，带来更多想象空间

伴随潮流文化的衍生与渗透，潮流消费从主流服饰类目不断外拓。从潮玩到小众服饰，类目的击穿也为品牌涉水潮流市场带来更多的跨界机会与想象空间。

+23%

手办/BJD/兵人

+13%

高达

新类目

潮流盲盒

+153%

洛丽塔服饰

+374%

汉服

数据说明：以上数据为2019年不同叶子类目GMV同比增速

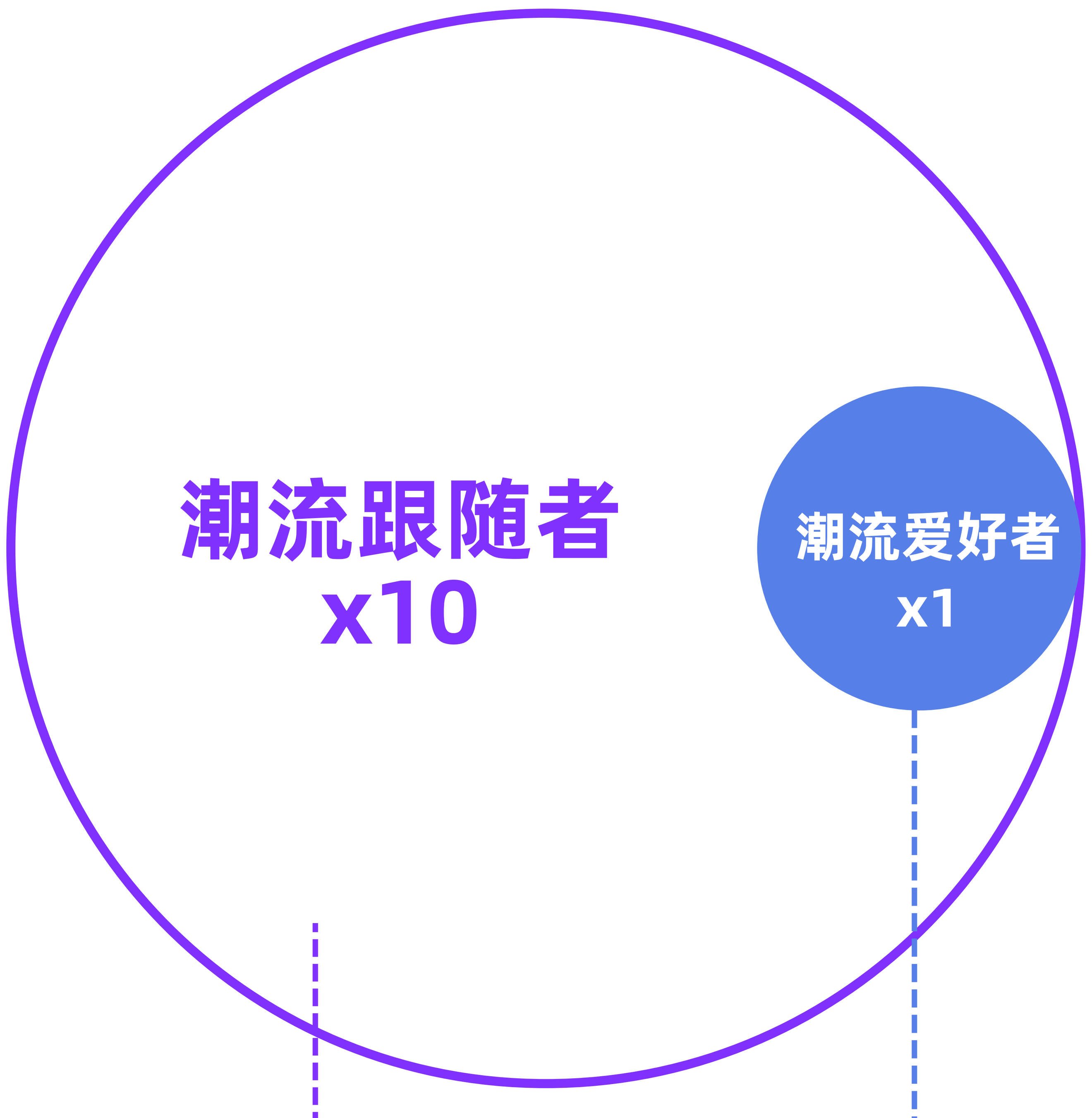
alimama

PART 2

争流中的逐潮圈层

谁在追潮，谁在看潮？潮流消费程度的差异演化出不同的逐潮圈层，也为品牌带来差异化的营销机会与价值

追潮众生相：“潮流爱好”与“潮流跟随”



潮流类货品高频消费者，追潮的核心圈层，他们关注的潮流品牌更多元，同时具备更强的潮流消费力，是品牌不可错过的高净值人群。

人均消费件数/年：5+ | 人均搜索潮牌数/年：6.7 | 件单价：290元

潮流类货品低频消费者，整体潮流消费人群中80%的大多数，相较之下，此类群体围观看潮心态更显著具备极高的唤醒价值。

人均消费件数/年：1-3 | 人均搜索潮牌数/年：4.1 | 件单价：274元

数据说明：根据阿里生态内潮流货品标签（以服饰为主）筛选特定商品集的消费人群作为研究对象，并按消费频次拆为两类人群

潮流爱好者：潮流在骨不在皮，小众不同的深度追潮者

生活中，潮流爱好者愿意花更多时间逛 vintage 店铺，对趣物收藏也有较高偏好，潮流消费对此类人群而言更像是追逐独我个性的内在图腾。人群对于文化等深度的内容主题也展现更显著的兴趣特征。

潮流爱好者

年轻圈层&更偏男性化

56%	25%	54%
TGI=115	TGI=127	TGI=104
18-34岁	Genz浓度	男性浓度

追逐独我个性的内在图腾

vintage买手	健美一族	收藏家
TGI=138	TGI=132	TGI=117

“吃最便宜的饭，追最in的潮”

西式快餐	螺蛳粉	方便米饭
TGI=147	TGI=119	TGI=105

跨界、有深度的娱乐内容兴趣

文化	汽车	体育
TGI=115	TGI=112	TGI=108

TGI算法：对应人群在该兴趣维度上覆盖的用户占比*100/大盘人群在该兴趣维度上覆盖用户占比

潮流跟随者：潮流是外在人设的承载，彰显表达的泛娱乐追潮者

相对地，不论是对包包的追逐亦或是消费潮流腕表，体现的都是潮流跟随者更愿意通过轻度潮奢品去打造外在人设的心理需求，人群对潮流文化内核的浸染相对轻度。于此同时，不同于前一类人群，潮流跟随者更倾向通过消费影视综等娱乐类内容获取快乐。

潮流跟随者

年轻圈层&性别分布更均衡

53%	24%	52%
TGI=109	TGI=126	TGI=100
18-34岁	Genz浓度	男性浓度

追逐轻度潮奢的外在人设

爱包人	日韩腕表	欧美腕表
TGI=125	TGI=121	TGI=115

“吃最便宜的饭，追最in的潮”

西式快餐	螺蛳粉	方便面
TGI=162	TGI=113	TGI=108

影视综泛娱乐类内容兴趣

综艺	电影	网剧
TGI=116	TGI=114	TGI=104

TGI算法：对应人群在该兴趣维度上覆盖的用户占比*100/大盘人群在该兴趣维度上覆盖用户占比

PART 3

激荡中的追潮世相

追潮心智的差异使得不同圈层在潮流获取方式、消费动因&需求等维度产生较大差异，洞悉不同消费者的追潮世相有益于品牌更精准地制定潮流货品承接策略以及人群拦截打法

伴随媒体形式、生活方式的更迭，消费者捕获潮流的场景不断演化

多元化
场景捕获潮流

▼

个性化
潮流消费特征

▼

差异化
打法追潮拦截

五大核心场景，引领行业“潮流制造”新风向

基于阿里妈妈数据洞察，我们发现追潮人群捕获潮流的五大重点场景：

话题种草	借由热点话题获取潮流资讯，追逐现象级潮流
娱乐共振	借由娱乐内容，跟风消费潮流同款及衍生品牌
尖峰弄潮	追随潮流主理人/设计师等KOL声音引领的潮流风向
次元破壁	动漫/游戏等IP跨界，实现追潮圈层的破圈
线下潮聚	线下场景聚类人群，带动潮流体验、卷入度不断提升

话题种草裂变，从跟风潮流的渠道到现象级潮流的引爆中心

“话题种草”

话题种草向来是引爆潮流的重要渠道，从淘内搜索行为看，追潮人群 ins 种草心智强烈，更倾向搜索 ins 穿搭及大咖私服。此外，热搜话题事件同样会吸引人群关注，并成为现象级潮流的引爆点。

ins穿搭种草

ins成为获取时尚潮流资讯、
穿搭风格的重要渠道

ins穿搭：TGI=122

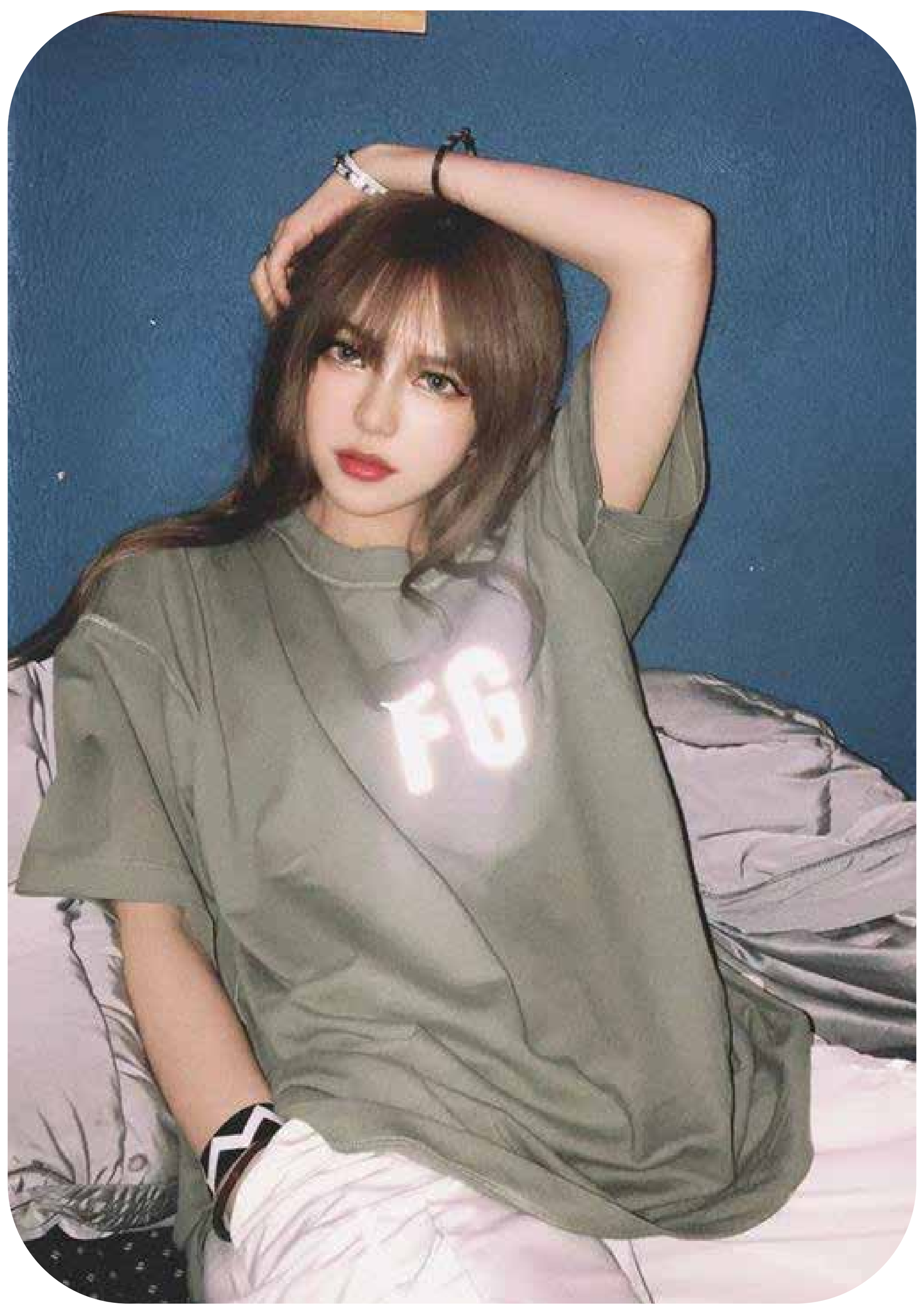
ins大咖私服种草

Jennie，泫雅等潮流大咖
汇聚ins拥趸

Jennie：TGI=135

泫雅：TGI=121

热搜事件种草



周扬青内涵微博
引爆“全员富贵”潮流

周扬青：TGI=135

FOG：TGI=130

数据说明：人群淘内潮流服饰相关热搜关键词TGI

娱乐造潮延展，从同款带货的内容载体到线上-线下追潮的闭环生态

“娱乐共振”

热剧、综艺等娱乐内容同样是追潮人群获取潮流新风向的有力途径。在追逐“同款穿搭”的同时，人群也在期待以内容为载体、线上 - 线下全链打通的追潮新方式。

热播大剧共振	热播综艺共振	线上-线下破圈追潮
热播剧《冰糖炖雪梨》 角色同款穿搭	热播网综《青春有你2》 选手同款穿搭	潮流品牌fourtry借《潮流合伙人》 外壳快速成长崛起（线下快闪店+线上电商）
冰糖炖雪梨：TGI=134	刘雨昕：TGI=131	fourtry：TGI=124
	虞书欣：TGI=127	

数据说明：人群淘内潮流服饰相关热搜关键词TGI

尖峰弄潮精进，从单纯的消费“LOGO”到有品位地消费文化

“尖峰弄潮”

品牌主理人、设计师以及跨界大咖代表的是潮流尖端，此类 KOL 传递的品牌精神乃至跨界文化会对潮流圈层形成显著的消费影响。

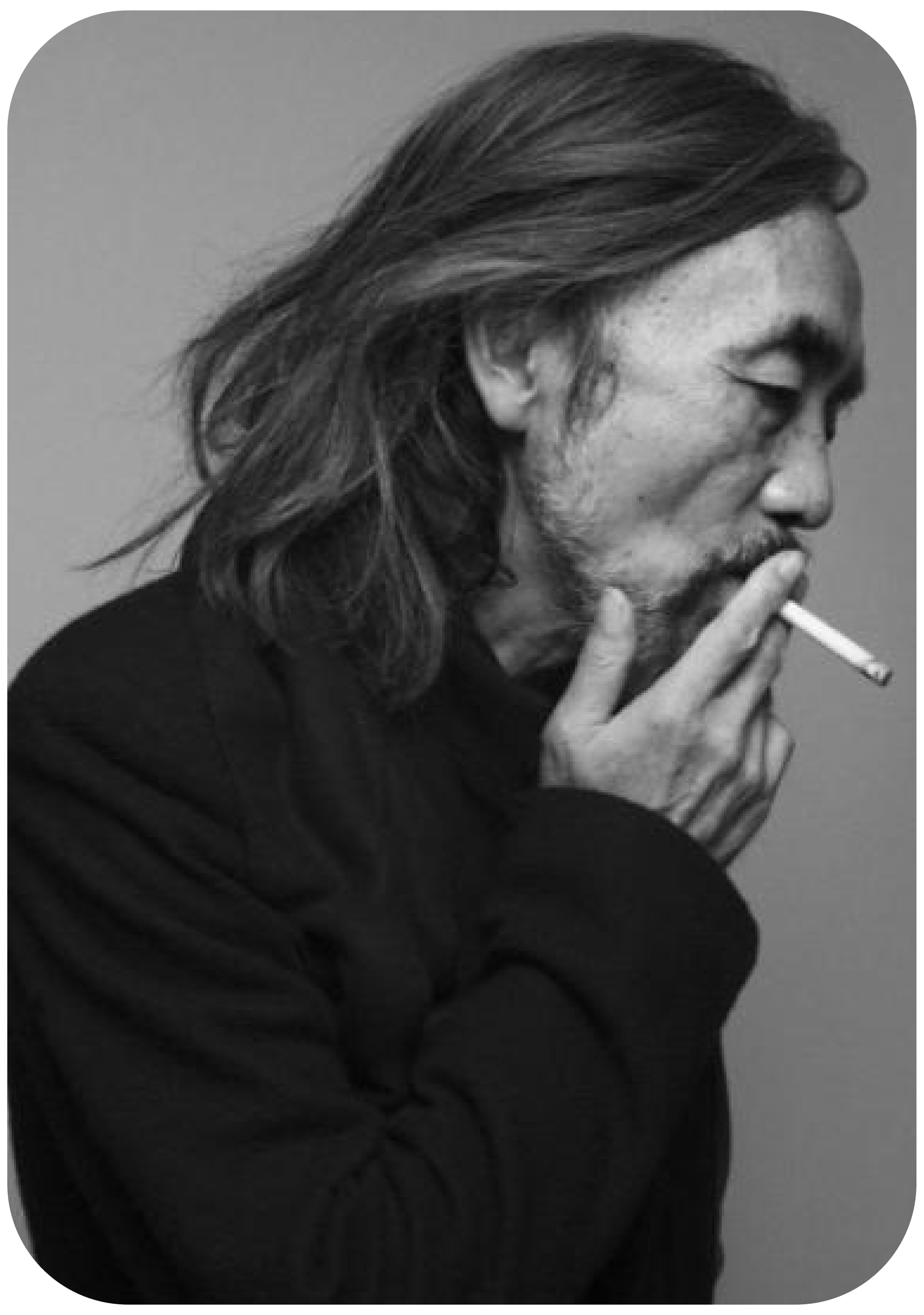
追逐主理人风格

CLOT潮牌主理人陈冠希

陈冠希：TGI=122

余文乐：TGI=113

追逐大师印记



潮流设计师及联名产品大受追捧，已成追潮新风尚

山本耀司：TGI=141

藤原浩：TGI=130

追逐跨界图腾

潮流的跨界破圈已从产品蔓延到文化现象（off-white 村上隆联名艺术展）

村上隆：TGI=147

空山基：TGI=140

数据说明：人群淘内潮流服饰相关热搜关键词TGI

次元破壁追潮，经典IP打造不朽潮流、现象级IP创造瞬时价值

“次元破壁”

此外，伴随动画及游戏 IP 周边产品的繁衍，IP 联乘款也成为追潮人群的心头好，品牌应借势而为，挖掘当红 IP 的商业价值为品牌带来瞬时增益。

厂牌经典IP重置

迪士尼/福克斯等厂牌经典IP不断联名上新打造不朽的潮流

迪士尼：TGI=138

辛普森：TGI=138

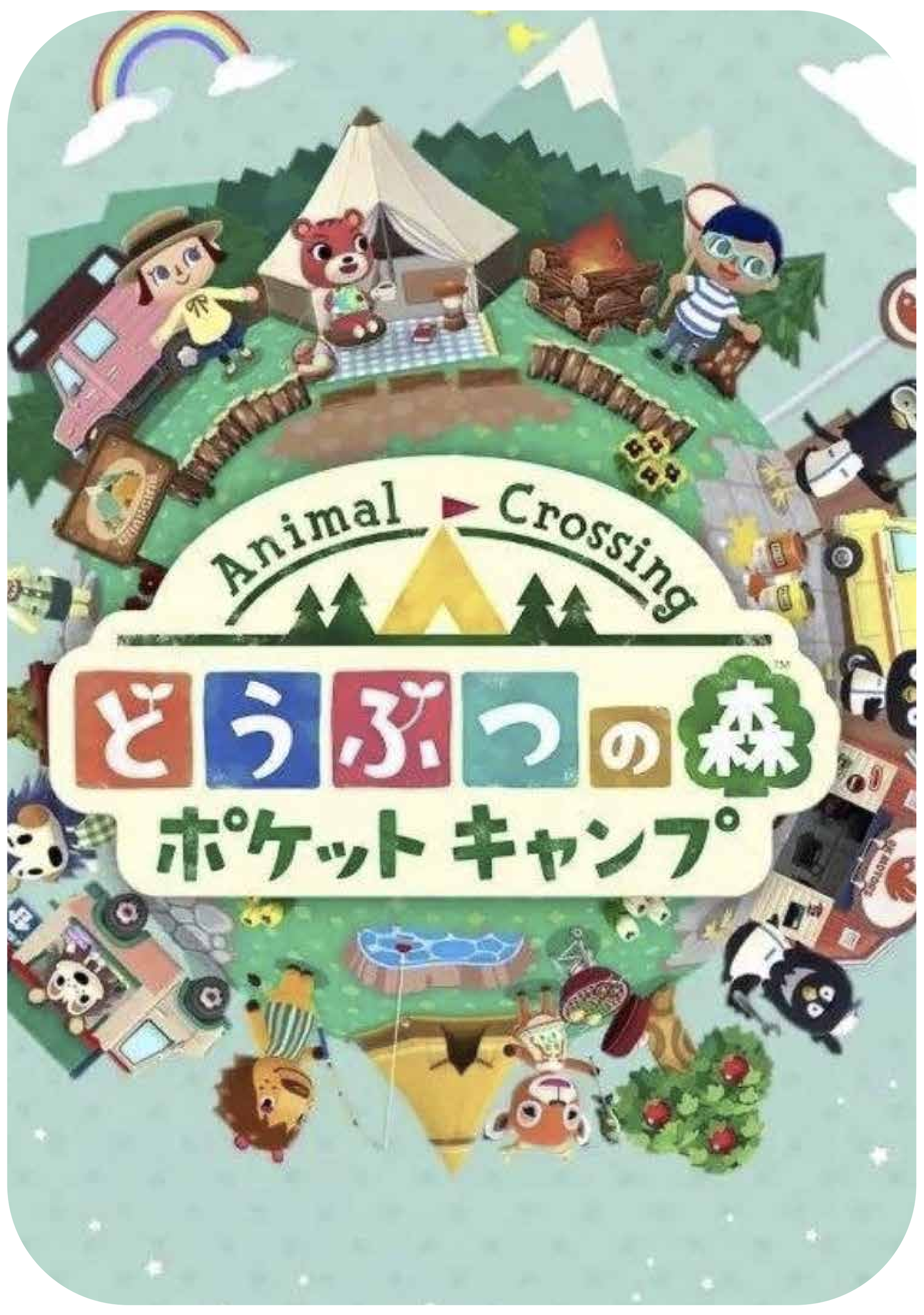
动漫衍生

《宝可梦》IP衍生辐射到影视等多维领域

宝可梦：TGI=141

流川枫：TGI=135

游戏衍生



2020H1现象级游戏《动物之森》衍生周边大热

动物之森：TGI=129

数据说明：人群淘内潮流服饰相关热搜关键词TGI

线下群聚弄潮，追潮人群亦需要线上-线下的全链路内容、场景打造

“线下潮聚”

最后，在强调线上话题、内容打造的同时，同样不能疏漏线下场景。通过洞察我们发现，追潮人群更倾向于活跃在潮流、潮奢以及文化类线下场景，提升人群在线下与品牌的互动体验有助于形成更强健的品牌心智。

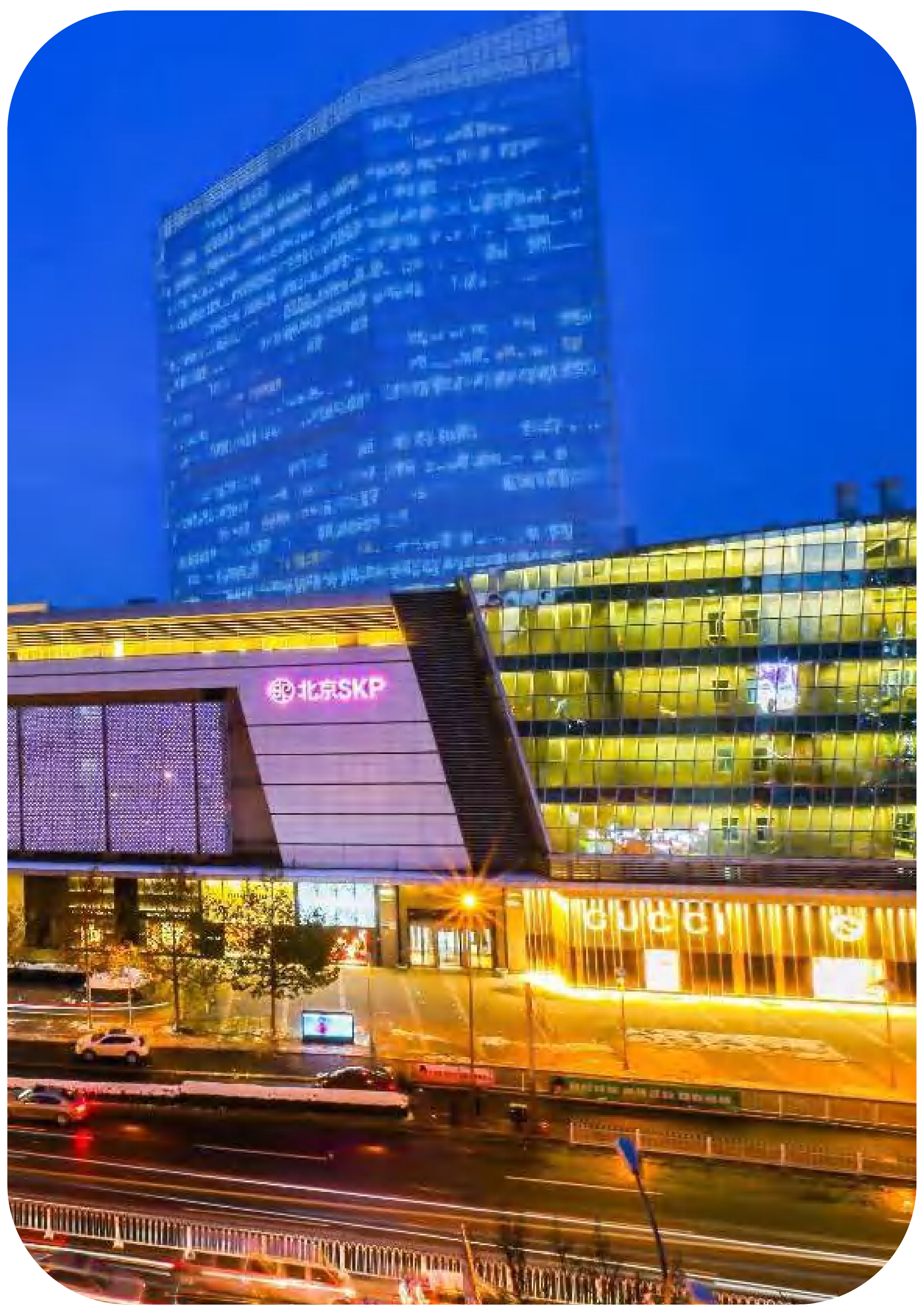
潮流圣地群聚

三里屯、五道口等为代表的潮流圣地

三里屯：TGI=121

五道口：TGI=111

潮奢消费群聚



SKP为代表的潮奢消费场所

SKP：TGI=117

文化圣地群聚

798为代表的潮流文化创意圣地

798：TGI=120

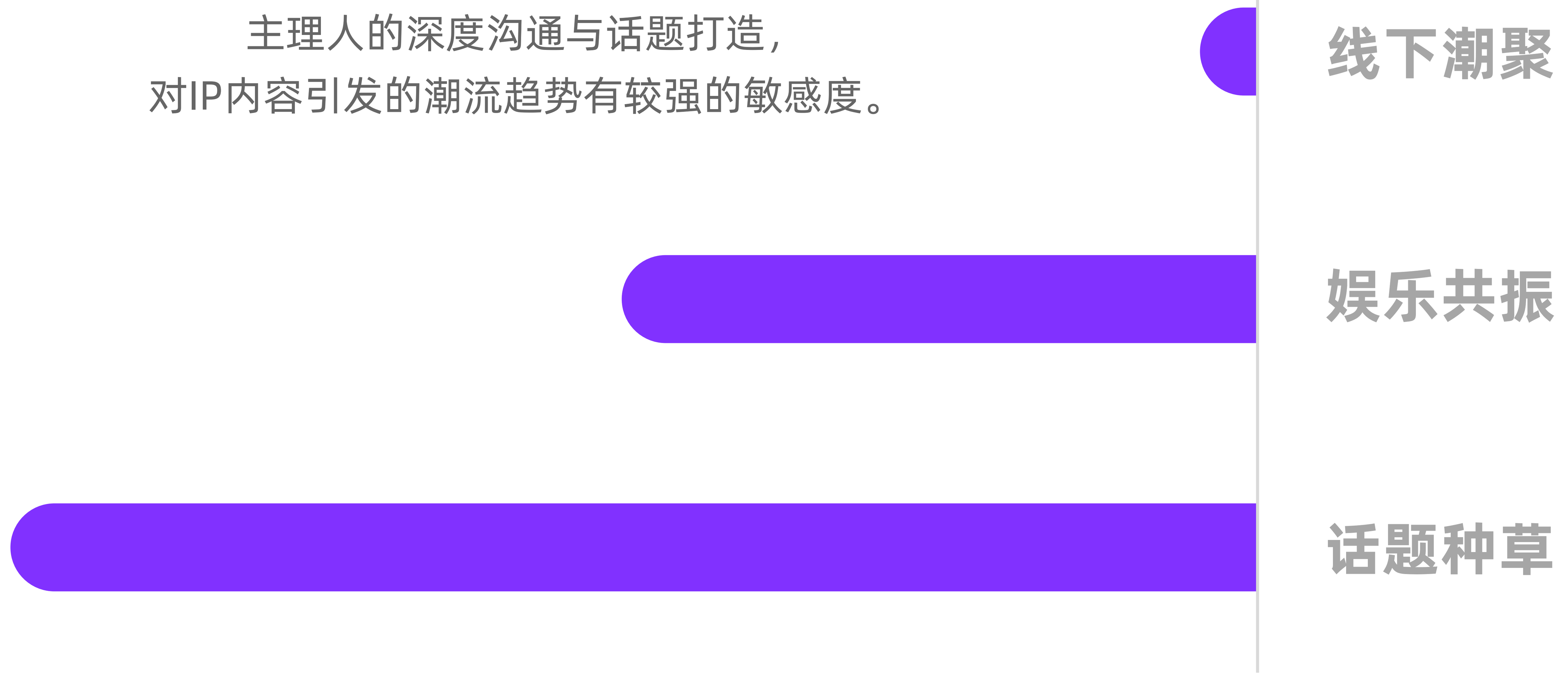
数据说明：人群LBS活跃位置TGI（以北京为例展现）

细分圈层的潮流捕获场景相对偏好

潮流捕获场景虽然多元，然而对于不同追潮圈层，品牌仍需有的放矢选择适配的方式影响目标消费者，打造属于自己的潮流心智。

潮流爱好者

不盲目跟风，期待倾听专业级大咖、
主理人的深度沟通与话题打造，
对IP内容引发的潮流趋势有较强的敏感度。



潮流跟随者

话题、娱乐热点均可能成为此类圈层
获取潮流信息的重要渠道，人群围观心态相对更浓，
需重视线下等泛潮流跨界场景打造，吸引群聚。

备注：本页数据中展现不同人群对相应潮流捕获方式的TGI偏好度差值。

从“潮牌”到“潮玩”，不断变化的潮流消费特征

多元化
场景捕获潮流

▼

个性化
潮流消费特征

▼

差异化
打法追潮拦截

“不潮不用花钱”-够潮即可，折扣并非吸引人群消费潮流的必备因素

基于人群的决策搜索词，我们划分出不同人群的决策动因。潮流爱好者品牌心智更强，对潮流风格元素有更笃定的自我认知，此外对联乘跨界货品偏好度更高。反观潮流跟随者，则更多受到新品、潮流颜色等元素影响产生消费需求。共性上看，追潮人群对折扣的敏感程度偏低。

追品牌

重风格

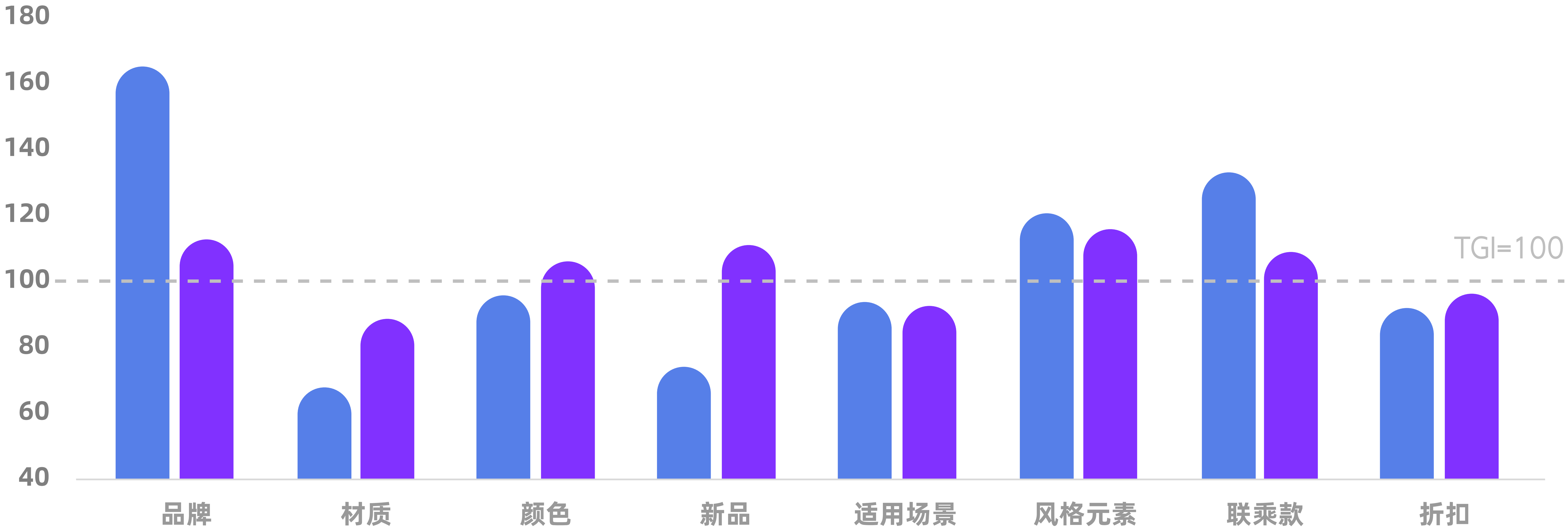
期跨界

潮流爱好者

追新款

追流行色

潮流跟随者



数据说明：本页数据以人群淘内潮流服饰搜索词分类汇总。

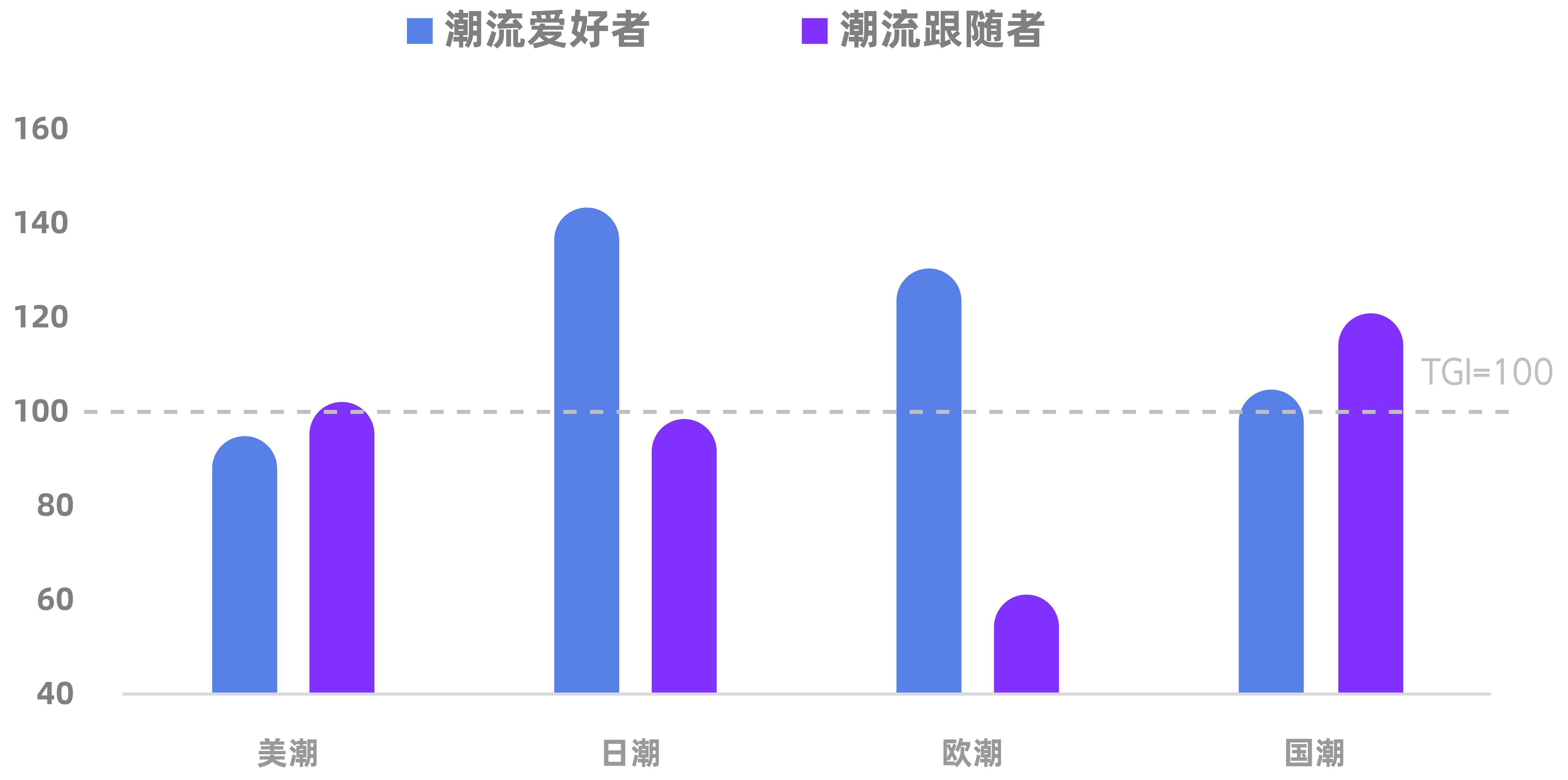
“潮系风格涌动”-核心追潮圈层更拥抱舶来文化，国潮在泛追潮圈层中存更大机会

聚焦到品牌层，潮流爱好者更偏好日潮、欧潮等舶来文化的衍生潮流。相对地，国潮品牌则在潮流跟随者中存在更大的机会。

2019年潮系风格店铺GMV同比增速

美潮	+238%	日潮	+163%
欧潮	+549%	国潮	+204%

不同潮流圈层潮系风格偏好（TGI）

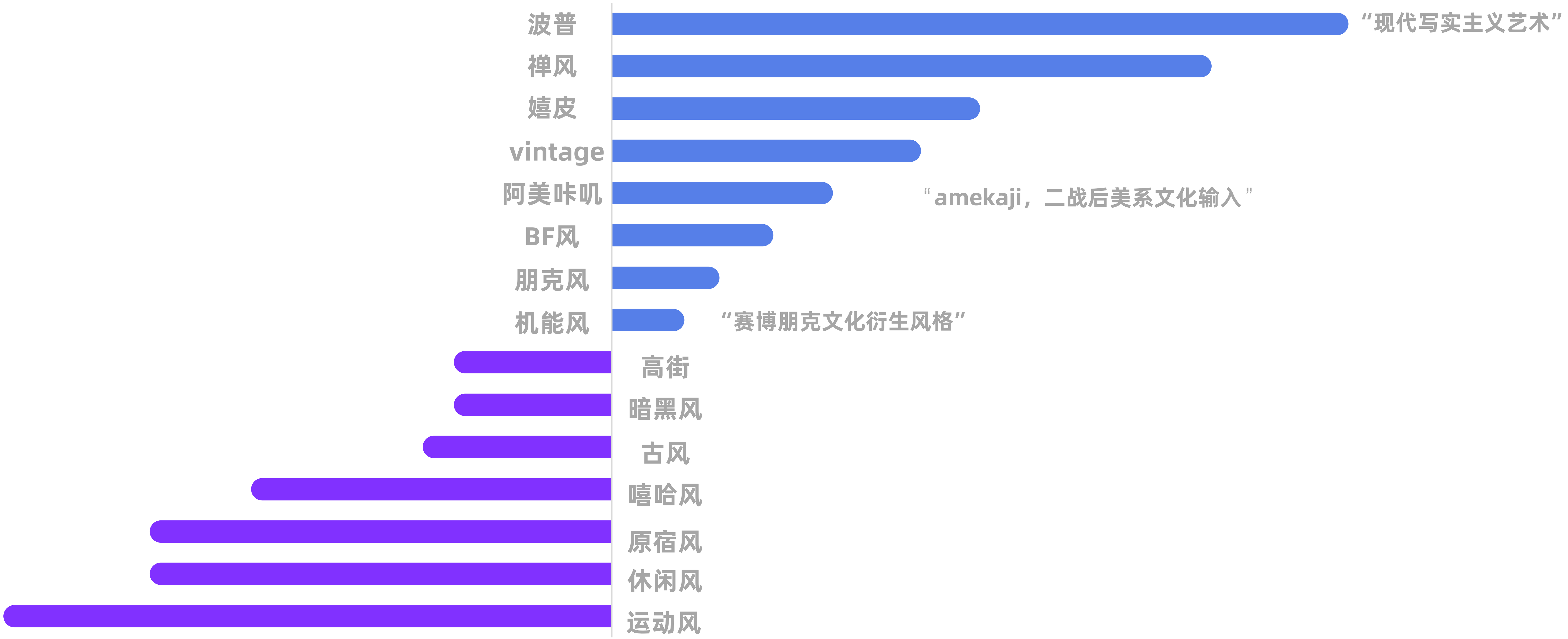


“潮系风格涌动”-不同圈层需要定制化的潮流风格打造方式

品牌之外，如何有效备货、实现人货匹配亦是商家需要考虑的问题。洞察显示，潮流爱好者更偏好艺术、文化所孕育的潮流风格，相较之下，潮流跟随者则对于已经成熟的大众流行风格更加推崇。品牌在进行货品风格打造时需要结合人群定位，合理甄选。

潮流风格偏好：
“文化艺术的渗透与跨界”

潮流爱好者



潮流风格偏好：
“大众流行风格的汲养”

潮流跟随者

备注：本页数据中展现不同人群对相应潮流服饰风格TGI偏好度差值。

“万物皆可联”-跨界联乘升级，且辐射类目更广、联动价值更高

潮流跨界联名已成大势所趋。以 kaws 为例，阿里妈妈发现，近两年不论从联乘品的消费体量或是跨界类目的多样性上均有极高的增幅。此外，跨界联名的商业模式也有机会为品牌带来更高的联动价值，实现“1+1>2”的营销效果。

“更强消费热情，更多跨界领域”

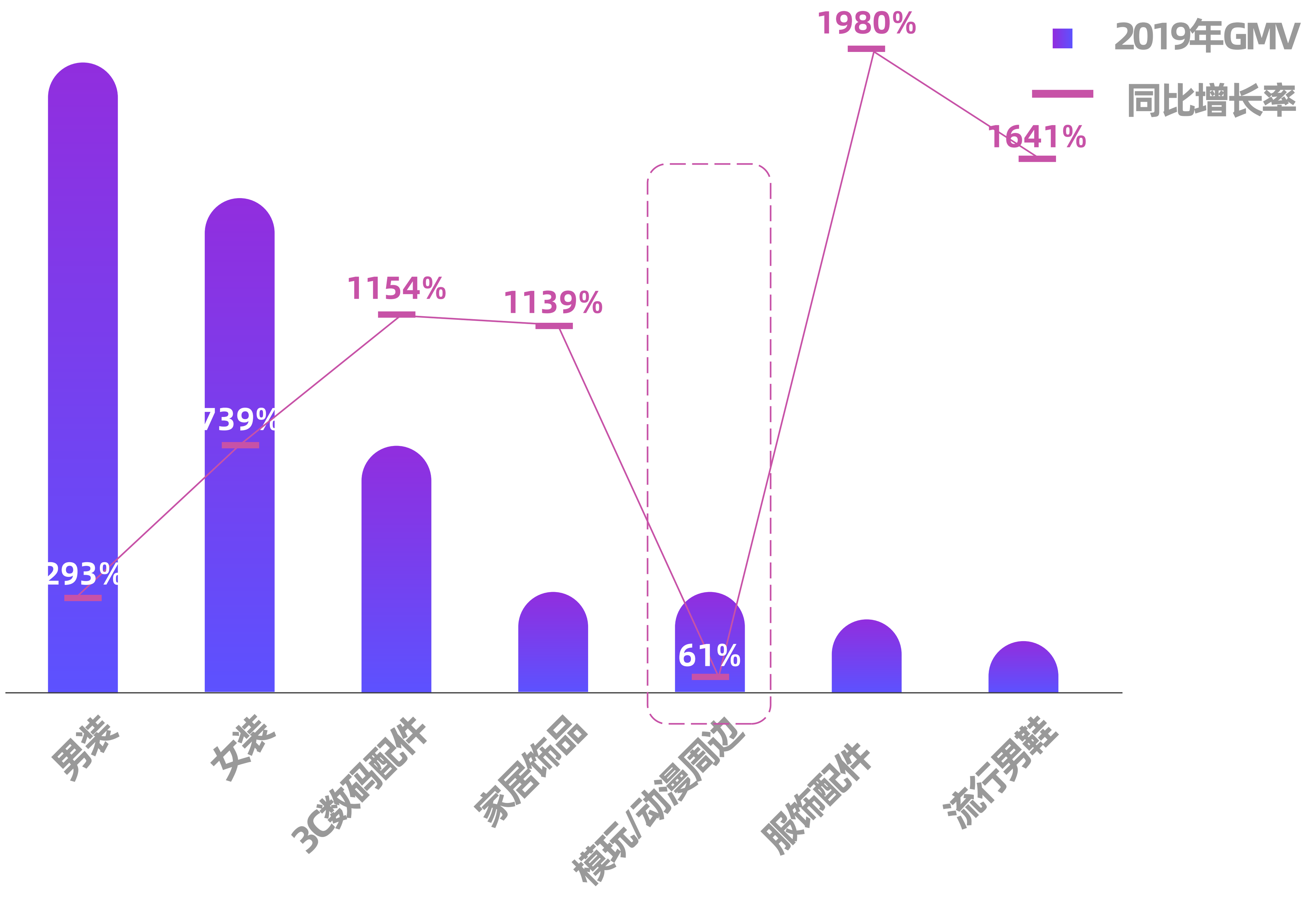
kaws相关潮流货品销量规模增速

kaws相关产品
GMV同比增速

kaws相关产品
涉及类目同比增幅

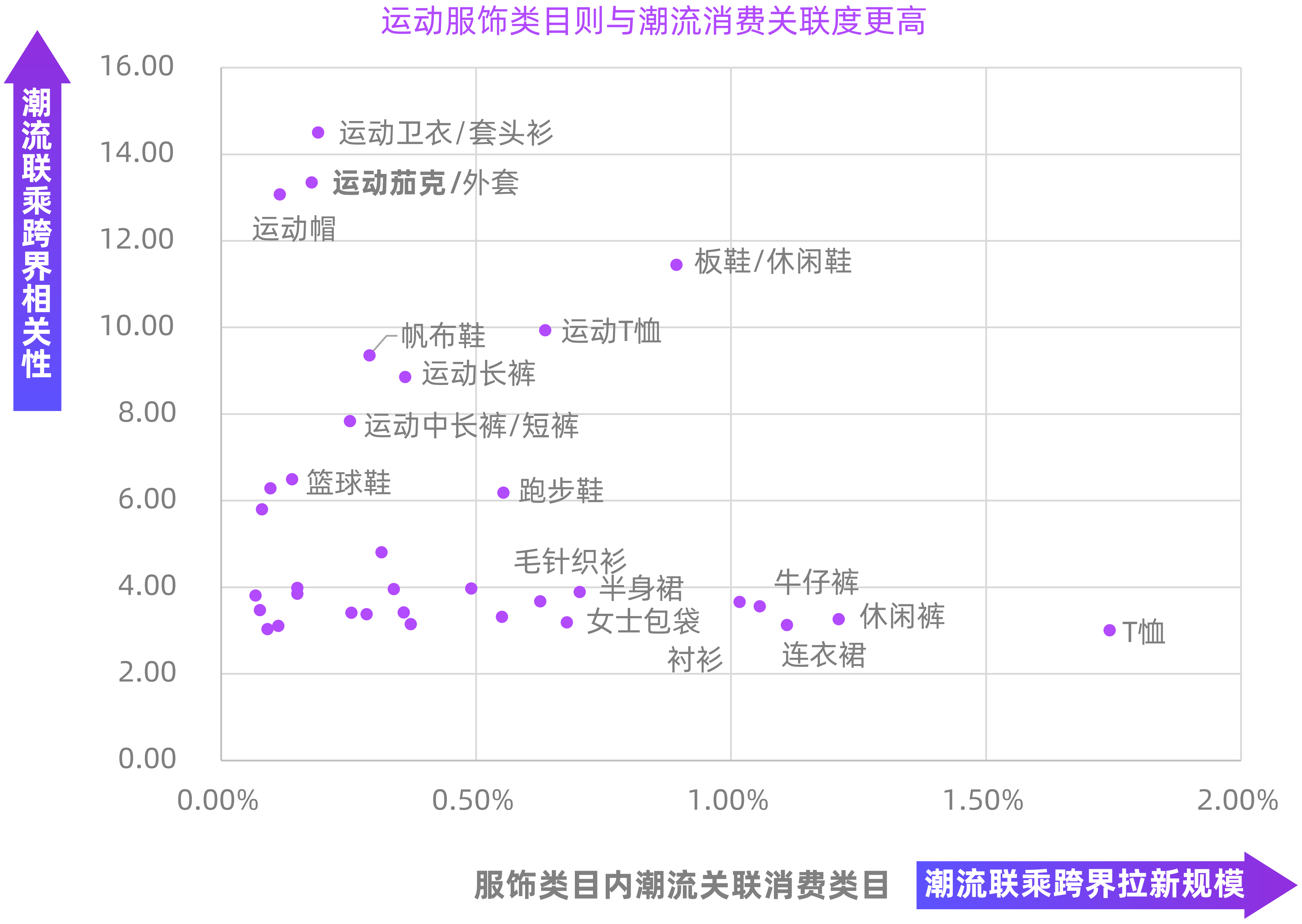
“kaws对跨界品类带动价值远高于自身品类”

kaws相关潮流货品主要跨界类目及销量增速



“万物皆可联”-追潮人群服饰类目内潮流联乘、品类跨界机会

休闲服饰品类消费基数大，具备高渗透潜力，
运动服饰类目则与潮流消费关联度更高



潮流爱好者

运动潮服/潮鞋（垂直小众）

可重点围绕垂直运动服饰类目进行潮流联乘品类打造

板鞋/休闲鞋 | 运动T恤 | 卫衣/线衫 | 篮球鞋 | 运动帽 | 跑步鞋

潮流跟随者

休闲服装/饰品（普适大众）

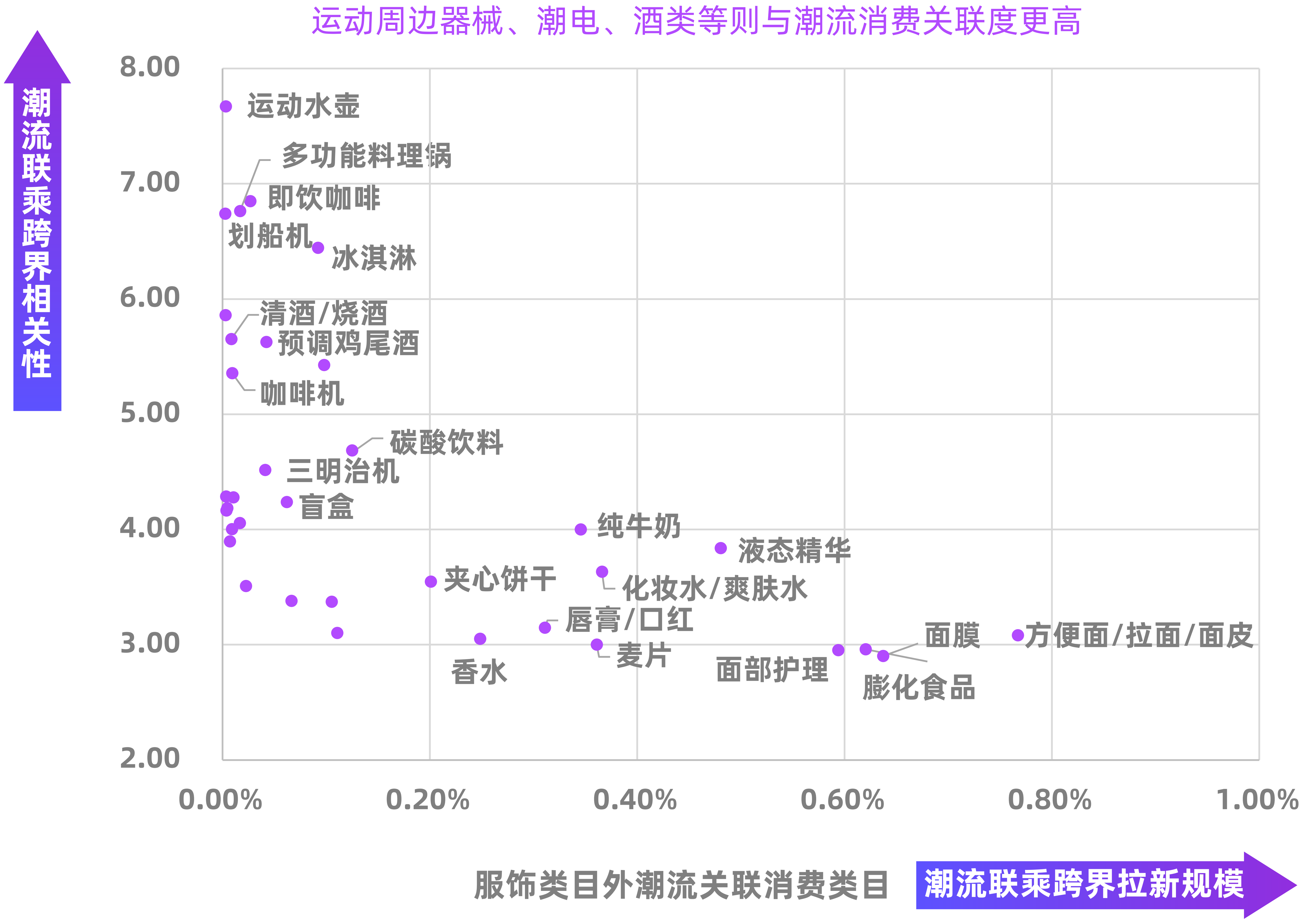
可重点围绕 T 恤等休闲服饰类目进行潮流联乘品类打造

T恤 | 休闲裤 | 连衣裙 | 牛仔裤 | 衬衫 | 帆布鞋 | 耳环/耳钉

潮流联乘机会品类（以人群间TGI差异呈现各自特征）

“万物皆可联”-追潮人群服饰类目外潮流联乘、品类跨界机会

食品饮料、美妆类目消费基数大，具备高渗透潜力，
运动周边器械、潮电、酒类等则与潮流消费关联度更高



1

潮流爱好者

潮电/潮玩/小资生活

可重点围绕以下类目进行潮流跨界联乘品类打造

碳酸饮料 | 三明治机 | 划船机
盲盒 | 咖啡机 | 预调鸡尾酒 | 宠物服装

2

潮流跟随者

美妆/个护/零食

可重点围绕以下类目进行潮流跨界联乘品类打造

面膜 | 膨化食品 | 冲饮麦片 | 面部护理
爽肤水 | 唇膏/口红 | 香水 | 美发棒

潮流联乘机会品类（以人群间TGI差异呈现各自特征）

站外站内联动，全链拦截追潮圈层消费需求

多元化
场景捕获潮流

▼

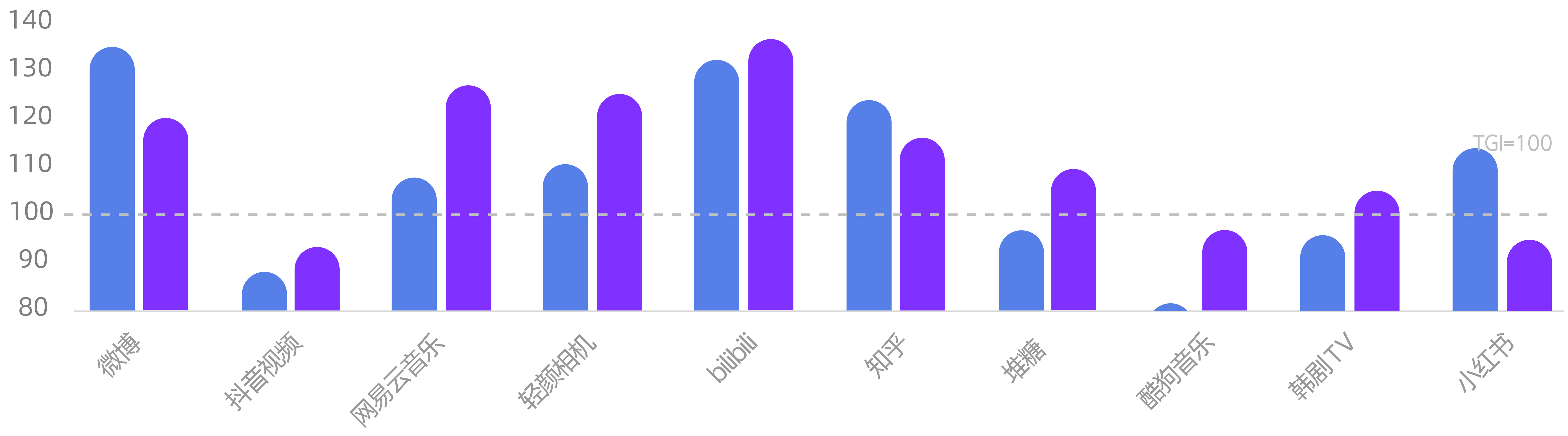
个性化
潮流消费特征

▼

差异化
打法追潮拦截

站外种草：站外种草阵地需视圈层追潮程度定制化甄选

从种草到收割，针对不同人群需要形成定制化的媒介组合方案才能达到最优效果。如针对潮流爱好者，在站外种草时需要更多结合微博以及小红书等垂直阵地进行专业话题造势。而对于潮流跟随者则更适合在娱乐类内容站点深耕，蓄水用户消费心智。



潮流爱好者

#专业话题造势、垂类潮流阵地种草#

微博　B站

知乎　小红书

潮流跟随者

#娱乐版图深耕、蓄水用户心智#

B站　轻颜相机

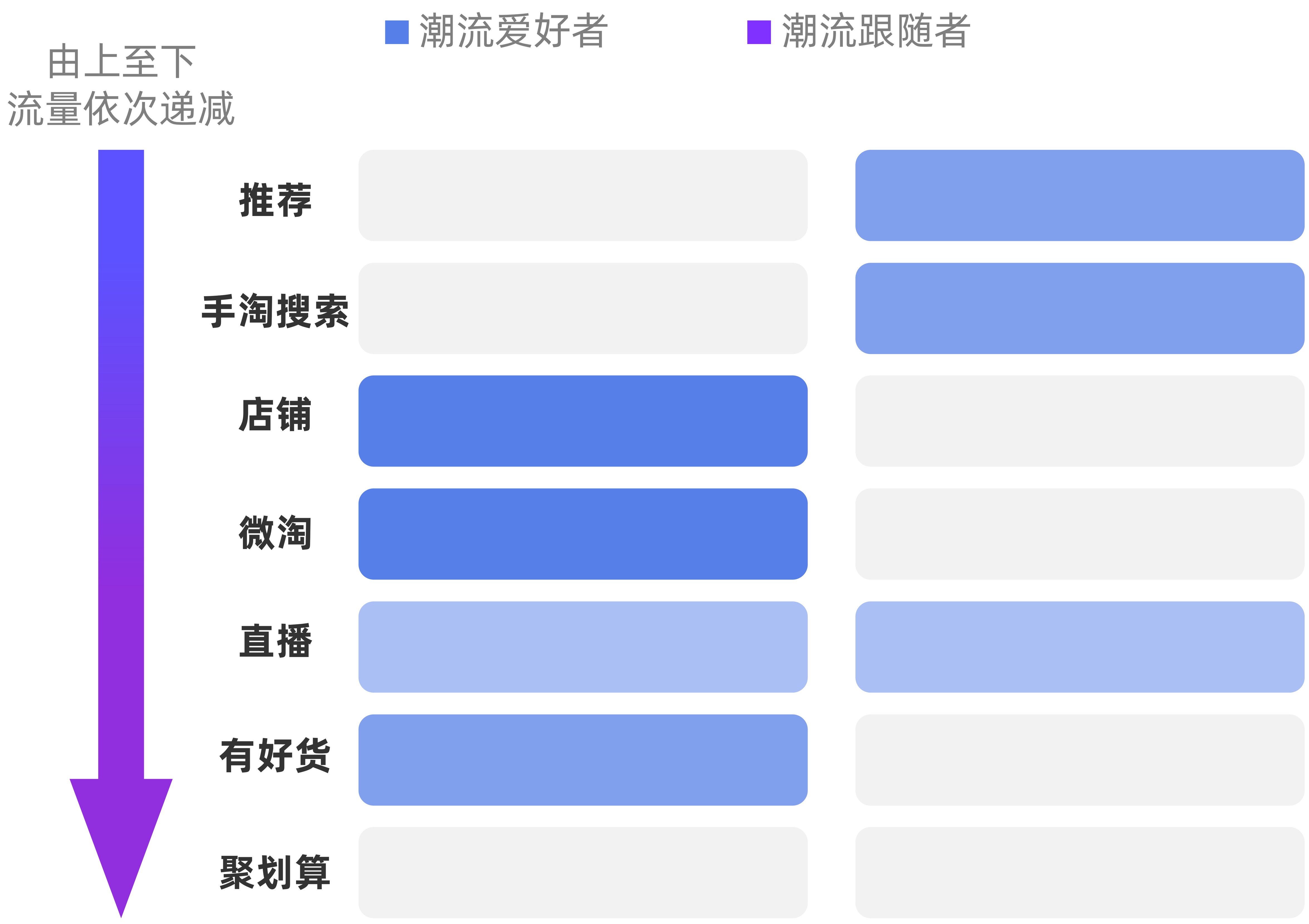
网易云音乐　韩剧TV

数据说明：本页数据中仅挑选不同人群具备显著活跃特征的站外触点进行描绘。

站内收割：狂热追潮圈层更需要持续打造品牌心智、精细化运营

聚焦到站内后链路上，潮流爱好者活跃触点主要为店铺私域，且对相应阵地上的商业广告资源有较高偏好度。而潮流跟随者的活跃触点则更偏搜索推荐类，品牌应结合人群触点心智选择相应的商业化资源进行站内承接。

人群站内活跃触点分布（TGI）



反映不同人群在对应触点上的人群浓度TGI（仅标注TGI>100的部分），颜色越深特征越显著。

潮流爱好者

#品牌心智追击、私域粉丝运营#

付费资源偏好度

- 品牌专区 TGI=130
- 明星店铺 TGI=142
- 微淘 TGI=158

潮流跟随者

#好物推荐精准狙击#

付费资源偏好度

- 钻展 TGI=108
- 超级推荐 TGI=102

洞察小结：不同追潮圈层人群运营策略

	潮流爱好者	潮流跟随者
场景打造	行业设计师、主理人等专业级内容打造、互动话题沟通 游戏、动漫等二次元阵地及内容跨界	泛潮流热点事件、话题种草，吸引圈层围观 娱乐类 IP 内容打造，线下互动类场景增加人群融入感
需求击穿	决策动因：品牌心智强、重视潮流风格趋势 风格打造：融入人文、社会文化以及艺术类跨界元素 潜在机会潮系：日潮、欧潮 潮流联乘击穿机会（服饰内）：运动潮服、潮鞋 潮流联乘跨界机会（服饰外）：潮电、潮玩等	决策动因：新品心智强、流行色趋势 风格打造：成熟态的大众流行元素为主 潜在机会潮系：国潮 潮流联乘击穿机会（服饰内）：休闲服装、饰品 潮流联乘跨界机会（服饰外）：美妆、个护、零食等
触点拦截	站外种草：微博话题造势、小红书等垂类阵地种草 站内收割：品牌心智追击（品专、微淘）	站外种草：娱乐类内容（影 / 视 / 综）蓄水 站内收割：精准推荐类触点激发消费心智（钻展、超级推荐）

alimama

阿里妈妈微信公众号

更多精彩，欢迎手机淘宝
扫码，开启营销探索之旅

考研资料：数学、英语、政治、管综、西综、法硕等（整合各大机构）
英语类：四六级万词班专四专八雅思等
财经类：初级会计、中级会计、注册会计、高级会计、税务师、会计实操、证券从业、基金从业、资产评估、初级审
公务员：国考、省考、事业单位、军队文职、三支一扶微信 2270291360
银行：银行招聘、笔试、面试
教师资格：小学、中学、教师招聘面试
建筑：一建、二建、消防、造价
法考：主观题、客观题
多平台网课：涵盖职场、办公技能、编程、文案写作、情感心理、穿搭技巧、理财投资健身减肥摄影技术等优质内容
精选资料：Excel 教程、PPT 模板、简历模板、PS 教程、PPT 教程、素描、烹饪、小语种、CAD 教程、PR 教程、UI 课程、自媒体、写作、计算机二级、钢琴、Python、书法、吉他、kindle 电子书、演讲.....持续更新中...
押题：提供考前冲刺押题（初级会计、中级会计、注册会计、一建、二建、教资、四六级、证券、基金、期货等等），麻麻再也不用担心我考不过了。
资料领取微信：1131084518
行业报告：20000 份+持续更新

英语四六级备考资料	计算机二级备考资料	150 所高校考研专业课资料
两小时搞定毛概马原思修近代史纲	高数(微积分)+线性代数+概率论	素描 0 基础入门教程
教师资格证全套备考资料	普通话考试资料礼包	书法教程微信 2270291360
大学生英语竞赛备考资料	大学生数学竞赛备考资料	1000 份各行业营销策划方案合集
挑战杯/创青春/互联网+竞赛资料	电子设计竞赛必备资料	街舞 0 基础入门教程
托福雅思备考资料	大学物理学科攻略合集	动漫自学教程
SCI 最全写作攻略	TEM4/TEM8 专四专八备考资料	教师资格证面试试讲万能模板
360 份精美简历模板	数学建模 0 基础从入门到精通	100 套快闪 PPT 模板
Vlog 制作最全攻略	超强 PR 模板	42 套卡通风 PPT 模板
PS 零基础教程微信 1131084518	PS 高级技能教程	63 套酷炫科技 PPT 模板
好用到极致的 PPT 素材	128 套中国风 PPT 模板	32 套 MBE 风格 PPT 模板
327 套水彩风 PPT 模板	295 套手绘风 PPT 模板	54 套毕业答辩专属 PPT
196 套日系和风 PPT 模板	82 套文艺清新 PPT 模板	57 套思维导图 PPT 模板
163 套学术答辩 PPT 模板	53 套北欧风 PPT 模板	34 套温暖治愈系 PPT 模板
118 套国潮风 PPT 模板	30 套仙系古风 PPT	126 套黑板风 PPT 模板
114 套星空风格 PPT 模板	192 套欧美商务风 PPT 模板	42 套绚丽晕染风 PPT
50 套精美 INS 风 PPT 模板	56 套水墨风 PPT 模板	137 套清爽夏日风 PPT 模板
98 套森系 PPT 模板	25 套简约通用 PPT 模板	记忆力训练教程
300 套教学说课 PPT 模板	123 套医学护理 PPT 模板	AE 动态模板微信 2270291360
毕业论文资料礼包	教师资格证重点笔记+易错题集	表情包制作教程
吉他自学教程（送 6000 谱）	钢琴自学教程（送 1000 谱）	区块链从入门到精通资料
2000 部 TED 演讲视频合集	Excel 从入门到精通自学教程	单片机教程
230 套可视化 Excel 模板	1000 款 PR 预设+音效	1000 份实习报告模板
手绘自学教程微信 1131084518	单反从入门到精通教程	人力资源管理师备考资料
英语口语自学攻略	粤语 0 基础从入门到精通教程	证券从业资格证备考资料
日语自学教程	韩语自学教程	PHP 从入门到精通教程
法语学习资料	西班牙语学习资料	炒股+投资理财从入门到精通教程
全国翻译专业资格考试备考资料	BEC 初级+中级+高级全套备考资料	大数据学习资料
SPSS 自学必备教程	Origin 自学必备教程	会计实操资料
LaTeX 全套教程+模板	EndNote 教程+模板	小提琴 0 基础入门自学教程
GRE 超全备考资料	200 份医学习题合集	司考备考资料

思维导图教程＋素材	20000 份行业研究报告	一级造价工程师备考资料

上万 GB 教学资料（均全套,非杂乱）免费领取微信 1131084518

《闪电式百万富翁》实战版+升级版

易经+道德经+易学名师全集+风水学+算命学+起名+++等等（全套 1000 多 GB）

心理学+NLP 教练技术+精神分析+亲子家庭教育+催眠+++等等（更新超 2000GB）

大学-已更新至 9333 个课程+高中+初中+小学-全套资料（超过 2 万 GB）

陈安之	曾仕强	马云	杜云生	翟鸿燊	刘一秒	俞凌雄
王健林	余世维	雷军	周文强	安东尼罗宾	董明珠	李嘉诚
徐鹤宁	冯晓强	李践	刘克亚	罗伯特清崎	戴志强	李伟贤
苏引华	史玉柱	李强	俞敏洪	杰亚伯拉罕	周鸿祎	唐骏
梁凯恩	陈永亮	傅佩荣	贾长松	易发久	李彦宏	湖畔大学
李开复	聂枭	悟空道场	魏星	姬剑晶	其他名师全集	其他资料下载
王兴	王智华	智多星	陈文强	周导		微信 2270291360
泡妞	撩汉	泡仔	房中术	性福课	驻容术	泡妞撩汉性福合集

注：太多了，无法全部一一列出。。。

全套专题系列【微信 1131084518】

记忆力训练	形象礼仪	健康养生	企业管理	沟通技巧
演讲与口才	经理修炼	MBA 讲座	时间管理	战略经营
企业文化	销售心理	管理素质	国学讲座	执行力
团队管理	领导艺术	员工激励	潜能激发	谈判技巧
绩效管理	薪酬管理	43 份直销制度	电话销售	人力管理
客户服务	创业指南	市场营销	餐饮管理	保险讲座
品牌营销	酒店管理	汽车 4S 店	众筹资料	销售技巧

兴趣爱好：	钓鱼教程	魔术教学	炒股教学	美术教学	书法教学
音乐乐器：	萨克斯教学	电子琴教学	小提琴	古筝教学	钢琴教学
	吉他教学				
体育运动：	篮球教学	足球教学	羽毛球教学	乒乓球教学	太极拳教学
	围棋教学	高尔夫球			
生活实用：	插花教学	茶艺-茶道	唱歌教学	单反相机摄影	毛线编织
	小吃+美食				
语言学习：	英语				
电脑 IT：	办公 office	PS 美工教学			

暗号：666

免费领取资料微信

1131084518

微信1131084518
撩汉liaohan.net
最好资源zuihaoziyuan.com

如果群里报告过期

请加微信联系我索取最新

1、每日微信群内分享7+最新重磅报告;

2、每日分享当日华尔街日报、金融时报

3、如果看到群里报告过期了，请扫码联系

4、行研报告均为公开版，权利归原作者所有，仅分发做内部学习

扫一扫二维码后台回复 加群

加入“研究报告”微信报告群。